

Cuerpo en pausa. La imagen hablará de aquí en más
Aportes desde el psicoanálisis para pensar en el cuerpo y el sujeto en ocasión de las
redes sociales

Abril Estades

Instituto Superior de Educación Física (ISEF, Udelar)

abrilstades.isef@gmail.com

Resumen

El trabajo a continuación se presenta a partir de una serie de problematizaciones en torno al lugar del cuerpo y el sujeto desde las teorías psicoanalíticas, en relación a algunos de los tantos fenómenos inéditos que se presentan en las sociedades actuales neoliberales. La inflación de la imagen, la alienación y adicción en y a lo virtual, así como la interiorización de un modelo de mercado y economía liberal desenfrenada, han generado una crisis de pérdida de puntos de referencia. Las redes sociales operan actualmente como potentes escenarios para la exhibición del goce y el tratamiento inmediato de los cuerpos, a través de la potencia de la imagen, la autoselección y la selección de los otros a través de estas.

Nos encontramos hoy ante una suspensión de la dimensión deseante del sujeto, pausa de la palabra y de *lo político* como acontecimiento. El tratamiento económico de la política y del pensamiento parece marcar el fin de la contingencia, del espacio para la singularidad de los seres hablantes.

Palabras clave: cuerpo, política, deseo, goce, redes sociales.

Introducción

¿Qué puede el cuerpo? ¿Qué ha podido y qué puede en la contemporaneidad? ¿Qué usos y estatutos se le han asignado y se le asignan hoy? Estas preguntas pueden conducir a una vasta y no exhaustiva serie de vertientes, teorías y campos disciplinares para su interpelación. El cuerpo ha sido y es pensado, hablado, escrito y visitado desde las ciencias humanas y sociales, tales como la filosofía y sus intentos por establecer una ontología desde el mismo, así como por la historia, la antropología, la sociología o la lingüística. También ha sido estudiado por parte de la neurociencia y otras ciencias biológicas. Existen áreas, cruces teóricos y disciplinares por doquier en torno a la cuestión del cuerpo.

Al preguntarnos sobre el lugar del cuerpo desde la perspectiva psicoanalítica, nos encontramos con que el psicoanálisis como campo no maneja una definición “propia” del mismo en sus postulados conceptuales. La referencia a este se encuentra esparcida por varios conceptos de esta teoría¹, por lo que podría decirse que no pueden ser constituidos gran parte de los elementos clave de esta sin tenerlo en cuenta. En este sentido, lejos de intentar dar una respuesta acabada, coloco la siguiente pregunta: ¿Qué usos y estatutos se le asignan al cuerpo desde la perspectiva psicoanalítica, en ocasión de las redes sociales? El psicoanálisis de algún modo, irrumpe con la relación dual de la época cartesiana cuerpo-alma a través del descubrimiento del inconsciente, y propone un axioma elemental: el cuerpo como efecto del lenguaje, pensado en clave relacional, implicando una relación no binaria ni dialéctica. El psicoanálisis se resiste a ontologizar el cuerpo, no acotándose a una teoría o respuesta acabada acerca de este. La especificidad epistemológica y metodológica de este campo se funda en la interrogación sobre lo que hace punto ciego en el saber, y sobre la suposición que postula enunciando *Hay Real*, espacio de la no-formalización donde hay un imposible-de-saber. Al cuerpo se le supone un saber, y su posibilidad de ser enunciado y representado, implica un tener-que-hacer-algo-con *eso*. Esta situación en la que se lo coloca, hace síntoma en el pensamiento de los seres hablantes.

¹ Por ejemplo, el psicoanálisis adjetiva al cuerpo por ejemplo, a través de los registros de Freud: cuerpo pulsional, cuerpo erógeno y cuerpo libidinal, o de los tres registros de Lacan: cuerpo del Imaginario, cuerpo del Simbólico, cuerpo del Real.

Están emergiendo en la actualidad una serie de síntomas inéditos, acompañados del creciente desarrollo del neoliberalismo, los cambios en las llamadas democracias, una inflación de la imagen, alienación en lo virtual (Melman, 2005), nuevos sentidos de la propiedad, de la dimensión de lo público y lo privado. Un goce escópico frente a la sexualidad y a la muerte humana. Algunas de las características de estos fenómenos, podría decirse que fueron esbozados en la obra de Freud *El malestar en la cultura* (1930), pero décadas nos separan ya del nacimiento del psicoanálisis y de esta obra. Tomando algunos aportes de la misma, Melman introduce *la nueva economía psíquica* como un conjunto de eventos y síntomas en donde la principal referencia, es, la pérdida de puntos de referencia y el goce impuesto a cualquier precio.

Hoy, el sujeto vive en el marco de una economía liberalista desenfadada, libertina, que parece exigir e imponer toda liberación con cualquier relación histórica o deuda con el pasado, así como también apuesta por el futuro. Melman identifica un pasaje de una cultura que rechaza el deseo, a una que lo promueve a toda costa, esfumándose cualquier tipo de responsabilidad por parte del sujeto con sus semejantes y con el Otro². Se establece un pasaje de la economía organizada por la represión a la economía organizada por la exhibición del goce. En esta secuencia de ausencia de puntos de referencia, de un cielo prometido que está hoy vacío, donde no hay nadie en el Otro, y donde Dios ha muerto - como ha anunciado Nietzsche en su obra *Así habló Zaratustra*-, ha anulado de algún modo, la idea de lo sagrado de la sexualidad, de la vida y de la muerte humana. Estamos ante la época de la suspensión, el hombre sin gravedad, anuncia Melman (2005). La política contemporánea ha sido reducida a la gestión y administración de lo necesario; el cuerpo y la vida del hablante reducidas a un tratamiento orgánico. La política y la vida se conjugan en una biopolítica (Castro, 2011) donde ya no hay un gobierno de los hombres sobre las cosas, sino que hay un gobierno de las cosas sobre los hombres.

En esta secuencia de síntomas y eventos contemporáneos se encuentra el fenómeno de las redes sociales, que de la mano con el crecimiento exponencial tecnológico, la expansión de la industria del entretenimiento y la aparición de los celulares inteligentes o *smartphones*, no ha parado de incrementarse. En este trabajo se hablará particularmente de Facebook e Instagram, como dos potentes redes sociales que reflejan parte de este

² En psicoanálisis se distingue, a partir de ciertos trabajos de Lacan, entre otro y Otro. El primero hace referencia al semejante, y el segundo, se refiere en sentido amplio a la cultura y a sus representantes.

malestar contemporáneo. A través de las lógicas que proponen pueden visibilizarse parte de estas cuestiones que exponen diversos pensadores, los efectos del placer y la adicción a la imagen en las redes, la generación de autobiografías virtuales y la necesidad de actualización constante, la vulnerabilidad de los sujetos a estas tecnologías y sus usos.

Facebook e Instagram: breve historia y generalidades de ambas redes

Las redes sociales como Facebook (FB) y sus hijas, Instagram (IG) y Whatsapp (Wpp), a grandes rasgos ofrecen a sus usuarios un servicio que requiere de conexión a internet, pero es gratis en sí mismo, en tanto no hay que pagar con dinero para registrarse y obtener acceso a ella-. Centrándonos en FB, al entrar al sitio web se anuncia actualmente -y desde hace tiempo aparece así en la configuración de la página-: *¿Deseas crear una cuenta? Es gratis y lo será siempre.*

Haciendo un breve recorrido histórico, Facebook fue creado esencialmente³ por Mark Zuckerberg⁴, quien en ese tiempo era estudiante de la Universidad de Harvard. En el año 2003 creó un pequeño sitio web, *Facemash.com*, donde dispuso una suerte de directorio virtual con los nombres y las fotografías de todos los estudiantes de dicha universidad. Por haber infringido ciertas políticas de privacidad y propiedad intelectual de la institución, Mark tuvo que enfrentar cargos de infracción de seguridad informática ante la administración de la misma; él declaró que la información debía ser libre y abierta al público. Mark fue suspendido por un tiempo de la universidad, y para el año siguiente, en 2004, los hermanos gemelos Cameron y Tyler Winklevoss, y otro amigo cercano de estos dos, Divya Narendra -quienes también eran estudiantes de la Universidad de Harvard- establecen contacto con él. Cuando ellos se enteraron que Mark había extraído la información de los alumnos para ponerlo en público por medio de *Facemash.com*, le propusieron la idea de crear un directorio en línea. Mark toma esta idea central de estos tres compañeros, pero la transforma a su manera con varias modificaciones, creando así en el año 2004 *Thefacebook.com*. Después de su segundo año Mark abandonó la

³ Digo esencialmente, porque en su momento hubieron cocreadores, pero es una situación polémica que incluso le demandó diversos juicios a Mark Zuckerberg. Se dice que la idea de Facebook en sí misma fue de este último.

⁴ Mark Zuckerberg, programador y empresario estadounidense, nacido el 14 de mayo de 1984 (actualmente tiene 35 años de edad).

universidad para dedicarse a tiempo completo a este sitio web mudándose a Palo Alto, California. A finales de 2004, Facebook ya contaba con un millón de usuarios.

A inicios del año 2007 FB había llegado a los 19 millones de usuarios en todo el mundo, siendo hasta el momento el sitio web con mayor cantidad. Ese mismo año, la red social vende parte del porcentaje de sus acciones a Microsoft. Comienza así el interés por la monetización de la red como un modelo de negocios para empresas que ofrezcan sus productos o servicios. Para el año siguiente, esta red ya se expande hacia varios sitios del mundo y ofrece diferentes idiomas: alemán, francés y español. Para 2009, FB se convierte en una de las redes más usadas en el mundo con más de 250 millones de usuarios en el mundo. Este sitio web que en sus comienzos había sido diseñado y pensado como espacio virtual para estudiantes de la Universidad de Harvard, se convirtió en una plataforma en línea para todas las personas alrededor del mundo, contando con traducción en 124 idiomas. Así, FB tuvo su primera cotización en bolsa en mayo de 2012, lo que resultó en una recaudación de muchos millones de dólares, convirtiéndose en la mayor salida a bolsa de una empresa web en la historia. Parte de ese dinero se usó para la compra de la red social Instagram y posteriormente para Whatsapp. Para este mismo año Facebook había alcanzado la alucinante cifra de 1.000 millones de usuarios. (Salinas, 2017).

FB es a grandes rasgos una red interactiva, accesible, masiva, inmediata, gratuita, medible y estadística. Algunos de los ítems que ofrece el sitio web son: *Lista de amigos*: en ella, el usuario puede agregar a cualquier otro que esté registrado en el sitio, si este último “acepta” su solicitud de amistad. Una vez amigos en la red, ambos quedan “conectados”. En FB se pueden localizar amigos con quienes se perdió el contacto o agregar otros nuevos con quienes intercambiar fotos o mensajes. Para ello, el servidor posee herramientas de búsqueda, filtros y de sugerencia de amigos posibles. También cuenta con un *Chat*, en donde se dispone la lista de los amigos agregados y se pueden enviar mensajes “instantáneos”. Si el otro usuario está conectado al mismo tiempo, se puede mantener una conversación virtual con este. Hoy por hoy hay otra aplicación, a modo de extensión de FB llamada *Facebook Messenger* para utilizar en el dispositivo móvil. FB también cuenta con *Grupos y páginas*, en donde se reúnen personas con intereses comunes. Esto puede tener múltiples usos, ya sea para reunir a las personas de un grupo de estudio o de cualquier otra actividad o causa. Las *páginas* son mayormente

comerciales, para promocionar cierto producto, evento, etc. Los *grupos* de FB tienen ciertas normativas, entre las cuales se incluye la prohibición de grupos con temáticas discriminatorias o que inciten al odio y falten al respeto de los usuarios. Si bien esto no se cumple en muchas ocasiones, existe la opción de denunciar y reportar aquellos que vayan contra esta regla, por lo cual FB incluye un enlace en cada grupo el cual se dirige hacia un cuadro de reclamos y quejas. *El muro* es un espacio en cada perfil de usuario que permite que los amigos posteen los llamados *Estados*, en donde la página pregunta al usuario *¿Qué estás pensando?* y este tiene la opción de completar el campo, colocando desde una pregunta o recomendación, una simple frase baladí, ocasional, poética, filosófica y profunda, o quizás, una carta de confesión, una denuncia pública, enlaces de videos, memes⁵ y bromas, imágenes, y demás.

En noviembre de 2011, FB comenzó a implementar un sustituto del muro, el cual lleva por nombre *Biografía*. También hay álbumes de fotos, aplicaciones, juegos y el infaltable botón virtual *Me gusta*⁶: Esta función aparece en la parte inferior de cada publicación hecha por el usuario o sus contactos (actualizaciones de estado, contenido compartido, etc.). Permite valorar si el contenido es del agrado de los diferentes usuarios que ven la publicación.

Como plataforma, FB ofrece este tipo de elementos y más. También ofrece sistemas publicitarios a través de páginas en donde los usuarios pagan para que la red difunda sus productos o servicios. Se estima que si bien esto se utiliza por gran porcentaje de los usuarios, no son la mayoría los que consumen esta red con fines directamente monetarios. Si bien gran parte de las funciones esenciales de la plataforma existen desde sus inicios hasta la actualidad, los usos y los síntomas que genera han cambiado. Un claro y simple ejemplo, es la tendencia que hubo hace años al consumo de juegos que ofrecía FB tales como el *pet society*, *biotronic*, *cityville*, etc. Hoy por hoy se siguen consumiendo pero en mucho menor medida, incluso varios han desaparecido por falta de usuarios que accedan a ellos. Otros importantes cambios que se han dado con el correr de los años son el tipo de contenidos y formas de exhibirlo que han adquirido las publicaciones o *posts*. Hay

⁵ Hace varios años, la gente postea muchos “memes” que consisten en frases, imágenes, videos, gifs, animaciones y otros medios para plasmar o intentar materializar fragmentos de situaciones, expresiones, pensamientos o conceptos diversos, generalmente aunque no todos, en sentido chistoso o de broma.

⁶ Hoy actualizado con sus variantes: me gusta, me encanta, me divierte, me sorprende, me entristece y me enfurece.

tendencias a publicaciones con contenido ideológico sobre políticas sociales, estatales; hoy, sobre la temática del feminismo abundan por doquier. Se ofrecen diversas opciones de *Fotos de perfil* que permiten ser actualizadas con marcos que contienen frases o dibujos que representan las causas sociales más recientes, como por ejemplo, un gráfico del pañuelo verde para anunciarse a favor de la campaña por el derecho al aborto legal, o un gráfico del pañuelo amarillo con respecto al apoyo de la Ley trans. FB detecta a través de ciertos algoritmos, tendencias de cada perfil y ofrece toda una serie de posibilidades relativas a gustos e intereses de cada usuario en base a esto. Si FB detecta cierta tendencia a compartir imágenes relativas a la militancia política, o a algún equipo de fútbol, ofrece para añadir a las fotos de perfil marcos relativos al tema. Otros cambios suscitados en el uso de esta red han sido el descartar los grupos de chat masivos en FB, y la excesiva cantidad de contenido a través de memes e imágenes, que antes era colocada en formato texto simple. Ahora el texto es sustituido por la imagen, si bien no del todo, en gran medida. También han surgido nuevas actualizaciones en los estados de FB en donde aparecen “estados de ánimo” para colocar, acompañados de un emoji⁷. Por ejemplo: Hoy me siento -triste *emoji de cara triste*- y aparece así, el contenido que coloca el usuario con una representación del emoticón. Cada vez más, la gente dedica horas en esta red social a mirar meme tras meme publicado y darle click al botón virtual *Me gusta*. Una publicación de lo que sea, pero especialmente de memes, o de fotos que tiene muchos *Me gusta*, es porque ha conmovido de alguna manera, o interesado al público de la red. Esto provee de status y reconocimiento social, tanto dentro como fuera de la misma. Así, nos sugestionamos y nos condicionamos unos a otros para ser atentos en el arte de subir o postear contenido interesante que cautive a nuestros semejantes. Y esto también tiene sus matices, por un lado, la conmoción que genera que una media de usuarios le de cierta cantidad de *Me gusta* a la publicación para sentir que está buena tiene cierto orden de importancia e impacto, pero más lo tiene aún que determinadas personas sean las que le den *Me gusta* a esas publicaciones. La aprobación del contenido por parte de usuarios específicos. Esta manutención del status social requiere de una presencia que capte la atención en la red, por ejemplo, publicando contenido interesante día tras día, incluso

⁷ Emojis una palabra japonesa que se utiliza para designar las imágenes o pictogramas que son usados para expresar una idea, emoción o sentimiento en medios de comunicación digital. ... Se compone con 絵 (e), que significa 'imagen', y 文字 (moji), que significa 'letra'. Copiado textualmente de la página: <https://www.significados.com/emoji/>

varias veces al día, o, postear moderadamente cosas muy atractivas o interesantes cada tanto tiempo. Con cierto nivel de uso de las redes se genera una adicción por la actualización constante y de la compulsión del exhibir mi vida privada y husmear la de los otros, todo al alcance de algunos clicks.

Instagram por otro lado, fue hecha específicamente para consumirse en dispositivos móviles, para poder acceder a ella de forma portátil a través de los teléfonos. FB en un principio fue pensado para su acceso desde los ordenadores, debido también a una cuestión de época y de avances tecnológicos. La migración de las redes a los dispositivos es algo actual. Instagram está enfocando en gran parte de sus actualizaciones hacia el comercio electrónico y consumo de imágenes, y si bien es utilizado por gente de diversas edades, estadísticamente en comparación a FB es consumida por una media de gente por debajo de los 30 años, en medida que sigue disminuyendo la actividad de los usuarios en FB.

Alguna de las principales características de esta red que la diferencian con FB, es su fin dedicado al marketing y al mercado audiovisual en gran escala. Sin duda no es el único; este tipo de redes nunca tiene un único fin, pero es desde luego, uno de los principales focos. Por otro lado, en esta lógica del “cuidado” de la imagen y el marketing, IG se caracteriza por una tendencia al minimalismo de la imagen, en busca de una mayor captación en cantidad de las mismas. Con esto quiero decir, que mientras en FB se pueden compartir álbumes de fotos completos, notas, reportajes, y otros contenidos en la sección antes mencionada de *Estados*, el IG se enfoca en la imagen y su estética. Lo que más abundan son fotos y videos cortos. De hecho, el límite de tiempo de los videos es de un minuto, es decir, la red no permite subir videos que duren más de este tiempo y a su vez, sólo se permiten diez contenidos por publicación que pueden ser fotos, videos o ambas. En esta lógica minimalista, los usuarios acaban de ver una publicación y rápidamente circulan por la red en busca de ver otra, y así sucesivamente. Además, no es necesario enviar lo que en FB se llamaba *solicitud de amistad* para agregar a otros usuarios en la red. En IG con darle click a *seguir*⁸ al usuario, ya es suficiente. Esta red también opera con la modalidad de las llamadas *Historias*, que son publicaciones al igual que el resto, en formato de imágenes y/o videos, con distintos adornos que duran 24 horas y luego

⁸ Si las cuentas en IG son privadas, hay que aprobar la solicitud de “seguir” del usuario. En este sentido, tiende a ser similar a FB, pero igual, el formato de seguir genera mayor versatilidad en la red.

desaparecen. Estas captan la atención de los usuarios de forma más esporádica o pasajera. A nivel de lo que podemos llamar autobiografía en la red, esto no es menor porque hay lógicas sutiles que operan allí; las publicaciones, podría decirse que documentan o archivan parte de la autobiografía en la red, de una forma más “tangible” y sistematizada, mientras que la *Historia* actúa como algo pasajero, como un relato eventual y efímero para actualizar(se) y reactualizarse en la red, pero que no cumple con una función determinante en la autobiografía. La función de *Me gusta* opera relativamente similar que en FB, pero al igual que otras funciones, se presenta en IG con un formato más simple, con un ícono en forma de corazón. Este minimalismo y simplicidad de IG en relación a FB, contribuye en consecuencia a la aceleración y consumo compulsivo audiovisual. Entre más pronto acaba el usuario de ver una publicación, más rápido podrá ver las demás.

Del cuerpo un resto

Para que algo del orden de lo vivo entre en la política, tiene que estar funcionando en el aparato del lenguaje. Esa entrada del ser viviente al campo del Otro, instauro la posibilidad de la política. En este sentido, la única política posible es la de los seres hablantes. (Milner 1999). Si partimos del postulado de que todo lo enunciable o lo nombrable es porque hay lenguaje, entonces hay cuerpo porque hay lenguaje, porque hay significativo. La política es lo que el hablante hace con la pulsión, con la falta, con el deseo. Por otro lado, hace algunos siglos se nos presenta el hombre que vive, trabaja y habla; el hombre que se articula en la dimensión biológica, económica y lingüística. (Rodríguez, 2016).

Se vive en una época presentada por una libertad inédita, pero estéril de pensamiento. En este libre albedrío parece que la anatomía es el destino, que en vez del cuerpo que habla, primara lo que de este puede ser hablado (Rodríguez y Seré, 2013). Si la política es ocupada por la biología, la palabra deja de ser necesaria. Se suspende entonces el deseo, la búsqueda del objeto *a*, y con ello la pérdida del goce se transforma en obligación. Así el cuerpo cosificado, entra en esta reducción a la administración de las cosas. Hay una “(...) narcotización de la contingencia infinita de los cuerpos.” (Rodríguez, 2016, p. 254). En la política de las cosas (Milner, 2007), política del dinero no hay lugar para la palabra. La economía política y la economía del pensamiento aparecen como el fin de la contingencia, del espacio para *lo político*, para el acontecimiento, para la singularidad,

para el sujeto del deseo inconsciente. El sufrimiento está en la deuda, ya no simbólica, sino económica (Rodríguez, 2016), y el pago es la obligación de gozar.

Facebook e Instagram en tanto redes sociales que reúnen millones de usuarios, operan haciendo del cuerpo una relación inmediata en la espectacularización y exhibición del mismo. “El cuerpo ha sido profanado en medida que el discurso científico matizó particulares formas de relacionarse con éste”. (Rodríguez y Seré, 2013, p. 97). Así mismo, las ciencias biomédicas y particularmente la neurociencia, han contribuido potentemente señalando los efectos hormonales y neuronales a nivel de placer que produce el saberse reconocido y aprobado por los semejantes en el espacio virtual. Así es como las redes en muchos casos generan diversos percances desde la adicción, pérdida de atención, falta de concentración entre otros síntomas. El cuerpo tratado como un resto por ciertos abordajes de las ciencias biomédicas, solo permite al sujeto relacionarse con este como objeto. Esto produce una suspensión de la dimensión deseante, en donde precisamente, entra la obligación por el goce en su dialéctica con la pérdida de este.

Sujeto (em)barrado

Freud hizo un gran aporte a la teoría psicoanalítica del sujeto al postular que la relación del sujeto con el mundo, tanto como consigo mismo, no tenía un lazo directo con el objeto, sino que su relación consigo mismo y con el mundo estaba instalada por la falta de un objeto, de un objeto deseado. (Melman, 2005). Podría decirse que en esta crisis de pérdida de puntos de referencia, el sujeto del deseo inconsciente psicoanalítico está amenazado por la obligación a gozar, que produce una suerte de paradoja, en tanto el plus de goce es el testimonio de la pérdida del goce. Al decir de Miller, el plus de gozar es función de la renuncia al goce por efecto del discurso; eso es lo que da su lugar al objeto *a*. Es por la función del plus de goce que postulamos al objeto *a* como perdido. “La manera en que cada uno sufre en su relación con el goce, en la medida en que éste sólo interviene por la función del plus de gozar, he aquí el síntoma” (Lacan, 2008, p. 38 en Camaly, 2008).

Con respecto al sufrimiento y su relación con el goce, sólo sabemos de él a través de la palabra. En este sentido, hay un extravío de lo que Lacan llama objeto *a*⁹, en donde la

⁹ En la medida en que el objeto *a* no es ningún objeto, se constituye como el “nombre de la pérdida” puesta en juego, producida por el efecto de la entrada en el lenguaje, es decir, en el orden simbólico. Esa pérdida

causa del deseo es producida en el sujeto por ese objeto, cuyo carácter escurridizo, nunca alcanzable, posible, mantiene en este, la supuesta incesante búsqueda del deseo. Si hablamos de una posible pérdida del deseo, o un cambio de estatuto, implica pensar en una ruptura o incluso desaparición de este sujeto del deseo inconsciente, sujeto en falta-del-objeto, en falta del saber¹⁰ que postula el psicoanálisis.

El sujeto del deseo inconsciente, se expresa en el acontecimiento, en lo vivo, en la singularidad, en lo irrepitable, en los actos fallidos de los esbozos de las estructuras, del mundo de las representaciones, del registro de lo Imaginario; y es en esta irrupción y posibilidad, que el sujeto mantiene su deseo y vitalidad. La pérdida de puntos de referencia y el franqueamiento de los límites, genera fuertes rupturas en la estructura del Imaginario, en el mundo de las representaciones. El cine por ejemplo, aparece como un elemento que a través de la imagen directa, del tratamiento del objeto directo, agota gran parte de la imaginación de los sujetos. Así este ya no puede demandar que una representación sea posible, porque queda difuso el lugar de la significación. Peligra convertirse en una sustancia sin vida, en donde ya no habrá posibilidad para colocar significados, porque no hay allí significantes. Las redes sociales, especialmente IG con su estética e impronta dedicada especialmente a las fotos y videos, imponen este tratamiento directo con la imagen constantemente, y con la imagen que debe ser gozada y hacer gozar.

El sujeto hoy está obligado a presentar, a exhibir y a exhibir gozando(se) y el lugar del cuerpo en esta posible forma de ver el cambio de estatuto del deseo por la obligación de gozar, toma un lugar central. Parafraseando a Miller (2003, p. 136 en González, 2013, p. 106), la función del inconsciente se completa con el cuerpo, pero no con el cuerpo simbolizado o imaginado, sino con lo que este tiene de real. El psicoanálisis lacaniano postula al cuerpo como condición necesaria para gozar, pero no suficiente. Al decir de Lacan “(...) propiedad del cuerpo viviente sin duda, pero no sabemos lo que es estar vivo, a no ser por esto, que un cuerpo es algo que se goza. (Lacan, S20, p. 32 en González, 2013, p. 107).

Con esta noción de “sustancia gozante, sostiene Miller, Lacan cambia de paradigma y hace del goce un dato primario, es decir, que el punto de partida es “hay goce”, como una

de goce, fundante, Lacan la escribe con un significante: la letra a, y la hace entrar en la lógica de la neurosis y la perversión, estableciendo en cada caso las relaciones entre saber y goce. (Camaly, G. 2008).

¹⁰ A todo sujeto y a todo cuerpo se le atribuye un saber que falta

propiedad del cuerpo viviente. Esto no significa que lo convierta en principio ontológico, ya que la vida no se define por el goce, sino que se limita a señalar que no hay goce sin vida y, más específicamente, vida como cuerpo viviente, teniendo en cuenta que la vida es más amplia que lo corporal.” (González, 2013, p. 107)

Con la postulación de la sustancia gozante, Lacan no renuncia a la relación goce-significante, sino que la reformula al situar al lenguaje como aparato de goce. Y siguiendo a Ana Cecilia González, cito a Lacan nuevamente dentro de su tesis: “[e]l significante es la causa del goce” (Lacan, S20, p. 33). En otras palabras: “[d]onde eso habla, goza” (Lacan, S20, p. 139 en González, 2013, p. 108). Pero también donde eso habla sufre, podríamos decir, en el sentido de esta dialéctica negativa entre el goce y el sufrimiento, donde una no puede ser sin la otra y se coexisten. Un cuerpo hablado es un cuerpo gozado, pero también un cuerpo sufrido.

Bajo las lógicas impuestas por las redes en su tratamiento biopolítico de los cuerpos, donde parece poder sustituir la palabra por la imagen, el ser hablante, sujeto del deseo inconsciente, es amenazado con convertirse en sujeto bruto, que vive y se vive a sí por instinto, por inercia; ya no por una pulsión que deviene de la fractura y de la búsqueda del objeto *a*. Ya no hay una disposición a gozar a través de las representaciones, porque se vive *en* el objeto; ya no hay así lugar para el equívoco, el mismo lenguaje parecería cambiar de estatuto, estar muerto.

Cesa la palabra, habla la imagen

Un cuerpo en tanto significante, no significa nada hasta que significa algo para alguien. Del cuerpo -una vez marcado por el significante-, solo se puede saber a través del equívoco, de su deriva. El lenguaje determina lo humano. Esto aparece ya hace siglos con las enseñanzas de Agustín de Hipona en el siglo IV (d.C), cuando distingue el signo, compuesto por el *verbum* (palabra) y el *nomen* (nombre) como algo incompleto donde no hay toda la verdad, de una *res* (cosa) relacionada a la idea de Dios y de la verdad.

En el signo no puede haber denotación de la cosa, sino correlación entre otros signos. Así para San Agustín, la voz definida como el sonido de un cuerpo para otro, -vinculada a la palabra, al *verbum*- hiere los oídos y permite evocar un nombre. Es en el acto de significar,

de darle un sentido a esta herida producida por la voz, que se está lo humano; en las palabras, en el lenguaje. (Martínez, 1947)

Las palabras salvan, las palabras curan, como decía Walter Benjamin (1985).

Aconsejar es al menos responder a una pregunta que hace una sugestión sobre la continuación de una historia que está siendo narrada. Para obtener esa sugestión, es necesario primero saber narrar la historia (...) El consejo tejido en la sustancia viva de la existencia tiene un nombre: sabiduría. El arte de narrar se está marchitando porque la sabiduría –el lado épico de la verdad- está en extinción. (...) ese proceso, que expulsa gradualmente la narrativa de la esfera de lo vivo, que al mismo tiempo le da una nueva belleza a lo que está desapareciendo, se ha desenvuelto concomitantemente con toda una evolución secular de las fuerzas productivas. (Benjamin, [1936] 1985, pp.: 200-201) [La traducción del portugués al español es mía]

Así, puede verse en las redes, sea FB, IG o inclusive Wpp, que dentro de esa obligación a gozar constantemente, la palabra parece estar muerta. Lo que sobrevive del deseo depende de la imagen del otro, del semejante, en tanto este goza el objeto de forma directa, entonces el sujeto se pregunta cómo gozar-lo el mismo también. El deseo está organizado por una falta simbólica en relación con un otro, pero sobre todo con un Otro. En relación a esta inflación de la imagen en las redes, de presentar y exacerbar a sí, el deseo del sujeto opera por una falta en relación al semejante en el Imaginario, no habiendo un Otro. Dice Melman (2005) que si “(...) el deseo no se basa más en un referente Otro, ya no puede alimentarse más que con la envidia que provoca la posesión por el otro del signo que marca su goce.” (p. 38)

En las redes constituimos una autobiografía que hemos de actualizar constantemente para garantizar nuestra existencia. Nos presentamos en imágenes autoseleccionadas para que nos seleccionen nuestros semejantes, y al cabo, es lo único que puede garantizar nuestra existencia, el sentido de la misma, porque el cielo está ya vacío, y en el Otro ya no hay nadie, no hay autoridad ni referencia. Es fundamental igual, destacar que esto no implica que el Otro no exista; al decir de Melman (2005), “(...) el Otro sigue siendo nuestro *partenaire*, aun cuando no hay nadie para darle autoridad. Y ahí es donde operamos el pequeño desplazamiento que confunde todo.” (p. 39).

Las nuevas lógicas de socialización, este entretejido gigantesco globalizado que proponen las redes sociales, tanto FB, IG, Wpp, los videojuegos, y cualquier otro dispositivo virtual que establezca un lugar “para los social”, implica desafiar una autoridad, el discurso del

amo, la vida y la muerte, la idea de Dios. Así, el goce como una instancia más-allá-del-placer, deja expuestos a los sujetos a gozar sin fin. El placer y el goce como algo restringido por lo inalcanzable del objeto *a*, por este corte con el Real, que sólo parece ser accesible en formas patológicas, en las redes puede verse sobre todo con la necesidad que se genera de gozar a través de la imagen y la imagen mirada. Más aún, si esta es aprobada por algún comentario o por un *Me gusta* en FB, o ícono de corazón en el caso del IG. O de igual forma, con la necesidad de una respuesta del otro sobre la autobiografía de un sujeto con usuario en estas redes, que para existir debe ser ¿hablada? y vista por el semejante.

El ser-hablante podría tomar hoy un estatuto de ser-imagen o algo así, porque la garantía de nuestra existencia y actualización en el espacio y el tiempo como condiciones elementales de existencia parece estar reducida a la imagen y nada más. Como si un mensaje virtual no fuera ya una forma de comunicación distante, a veces ni siquiera somos capaces de esto, porque las redes ya nos enseñan gran parte de lo que hicieron y de lo que están siendo los demás; ya fueron hablados un conjunto importante de cuerpos, ya no queda lugar para que el cuerpo hable. La imagen habla al cuerpo y por el cuerpo.

A modo de cierre temporal

Al cuerpo que se le supone un saber y una serie de síntomas en el pensamiento del ser hablante, hoy parece prescindir de un supuesto saber, y hacer síntoma en la imagen como objeto directo. El saber como medio del goce encierra en sí una satisfacción. La causa del deseo-de-saber se debe a la pérdida del goce, producto de la relación del ser hablante con el discurso. Pero a su vez, el saber como saber perdido está en el origen de lo que surge como deseo en toda articulación posible del discurso. Así, en el origen del deseo, de la falta-saber, se puede ver una pérdida en el gozar y una pérdida en el saber.

Si en el cuerpo hablado por la imagen se suspende la posibilidad de un cuerpo hablante y con ello la posibilidad de lo político, ¿dónde queda el saber que se le supone al cuerpo? ¿Qué forma adopta el saber silenciado e interrumpido por la imagen?

Referencias bibliográficas

- . Benjamin, W. ([1936] 1985). O narrador. Consideracoes sobre a obra de Nikolai Leskov. En *Magia é técnica, arte e política. Ensaios sobre literatura e história da cultura. Obras Escolhidas, volume I*. San Pablo. Ed. Brasiliense.
- . Camaly, G. (2008). La apuesta de Lacan: el objeto a como plus de gozar en Virtualia, revista digital de la EOL. Disponible en: <http://www.revistavirtualia.com/storage/articulos/pdf/p64XoHcwVD9mfywByQncIP8cRnnn76VmCfo4TUAC.pdf>
- . Castro, E. (2011). Biopolítica: orígenes y derivas de un concepto En *Cuadernos de trabajo. n°1: Biopolítica. Gubernamentalidad, educación, seguridad*. UNIPE, Buenos Aires. (pp. 29-46).
- . González, AC. (2013). Usos y estatutos del cuerpo. Lacan en el pensamiento contemporáneo. Tesis doctoral en filosofía. Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en: <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/322798/acg1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- . Lacan, J. (2008). El Seminario, libro XVI: De un Otro al otro. *Capítulo I: Introducción y Capítulo II: Mercado del saber, huelga de la verdad*. Ed.: Paidós, Buenos Aires.
- . Martínez, M. (1947). Del maestro (*De Magistro*) En *Obras de San Agustín III. Obras filosóficas*. Biblioteca de autores cristianos. Ed. Católica, S.A. Madrid MCMLXIII. Madrid, España. (pp. 526-599)
- . Melman, C. (2005). El hombre sin gravedad. Gozar a cualquier precio. 1º ed. Universidad Nacional de Rosario.
- . Milner, J-C. (1999). Los nombres indistintos. Ed. Manantial, Buenos Aires.
- _____ (2007). La política de las cosas. Ed. Miguel Gómez Ediciones, Málaga.
- . Rodríguez Giménez, R.; Seré Quintero, C. (2013). La anatomía es el destino En *Cuerpo y Educación Física. Perspectivas latinoamericanas para pensar la educación de los cuerpos*. Ed.: Biblos, Buenos Aires. (pp.: 87-102).
- . Rodríguez Giménez, R. (2016). El cuerpo en la política de las cosas En: *Políticas del dolor. La subjetividad comprometida*. CSIC, UdelaR, Montevideo, Uruguay. (pp. 249-260).
- . Salinas, A. (2017). La historia real del éxito de la red social Facebook En: Mott Marketing. [Visitada: 12/8/2019]. Disponible en: <https://mott.marketing/la-historia-real-del-exito-de-la-red-social-facebook/>